

PEMBERDAYAAN UMKM MELALUI PENDAMPINGAN PROMOSI DIGITAL DAN IMPLEMENTASI QRIS DALAM MENDUKUNG PENGEMBANGAN EKONOMI DESA DARMASABA

I Gusti Ayu Ratih Permata Dewi¹
Putu Gede Wahyu Satya Nugraha²

^{1,2}Universitas Warmadewa

ARTICLE INFO

Article history:

Received: 31 Juli 2026

Revised: 20 Agustus 2026

Accepted: 30 Agustus 2026

Key words:

UMKM, promosi digital, QRIS, pemasaran digital, pengabdian kepada masyarakat, Desa Darmasaba.

DOI: 10.62335

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a vital role in supporting regional economic growth by creating employment opportunities and enhancing community welfare. However, many MSMEs still face challenges in digital product promotion and the adoption of digital payment systems. Similar conditions were identified among MSMEs in Darmasaba Village, Abiansemal District, Badung Regency, where business promotion remained largely conventional and the utilization of the Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) as a digital payment method was still limited. This community service program aimed to enhance the capacity of MSME owners through digital product promotion assistance and QRIS training to support local economic development. The implementation employed observation, needs assessment, mentoring, hands-on training, practical demonstrations, and evaluation. The partner MSMEs included Warung Bu Eka, Dama Coffee, Warung Aris, and WBC Coffee Bakery. The activities involved creating promotional content through product photography and videography, publishing promotional materials on social media, and providing QRIS training covering its benefits, registration procedures, and transaction practices. The results demonstrated an improvement in participants' knowledge and skills in developing engaging digital promotional content and utilizing QRIS as a cashless payment system. The promotional materials increased product visibility through social media, while the QRIS training improved participants' readiness to adopt digital payment systems in their business operations. Overall, the program contributed to strengthening the competitiveness of MSMEs, expanding market reach, improving customer service, and supporting sustainable local economic development in Darmasaba Village.

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi daerah, namun masih menghadapi berbagai kendala, khususnya dalam promosi produk dan pemanfaatan sistem pembayaran digital. Kondisi tersebut juga ditemukan pada beberapa UMKM di Desa Darmasaba, Kecamatan Abiansemal, Kabupaten Badung, yang masih mengandalkan promosi konvensional dan belum mengoptimalkan penggunaan **Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)** sebagai metode pembayaran. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk

¹ Corresponding author: rpdiga@gmail.com

meningkatkan kapasitas pelaku UMKM melalui pendampingan promosi produk berbasis digital dan pelatihan penggunaan QRIS guna mendukung pengembangan ekonomi lokal. Metode pelaksanaan meliputi observasi, identifikasi kebutuhan, pendampingan pembuatan konten promosi berupa foto dan video produk, publikasi melalui media sosial, pelatihan penggunaan QRIS, praktik langsung, serta evaluasi kegiatan. Mitra kegiatan meliputi Warung Bu Eka, Dama Coffee, Warung Aris, dan WBC Coffee Bakery. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM dalam menyusun materi promosi digital yang lebih menarik serta meningkatnya pemahaman mengenai manfaat dan penggunaan QRIS sebagai sistem pembayaran non-tunai. Konten promosi yang dihasilkan mampu meningkatkan visibilitas produk melalui media sosial, sedangkan pelatihan QRIS memberikan kesiapan bagi pelaku usaha untuk mengadopsi transaksi digital. Program ini diharapkan dapat meningkatkan daya saing UMKM, memperluas jangkauan pemasaran, meningkatkan kualitas pelayanan kepada konsumen, serta mendukung pertumbuhan ekonomi Desa Darmasaba secara berkelanjutan.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor strategis yang berperan penting dalam menopang perekonomian nasional maupun daerah. Keberadaan UMKM tidak hanya memberikan kontribusi terhadap peningkatan pendapatan masyarakat, tetapi juga mampu menciptakan lapangan kerja, mengurangi tingkat pengangguran, serta mendorong pemerataan pembangunan ekonomi. Di tingkat desa, UMKM menjadi penggerak utama aktivitas ekonomi masyarakat karena mampu memanfaatkan potensi lokal menjadi produk yang memiliki nilai tambah dan daya jual. Oleh karena itu, penguatan kapasitas UMKM menjadi salah satu langkah penting dalam mewujudkan pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi, pola pemasaran produk mengalami perubahan yang sangat pesat. Konsumen saat ini cenderung mencari informasi produk melalui media digital sebelum melakukan pembelian. Kondisi tersebut menuntut pelaku UMKM untuk mampu beradaptasi dengan memanfaatkan media sosial dan platform digital sebagai sarana promosi. Promosi digital dinilai lebih efektif karena mampu menjangkau konsumen yang lebih luas, meningkatkan interaksi dengan pelanggan, serta memperkuat citra produk. Namun demikian, masih banyak pelaku UMKM, khususnya di tingkat desa, yang belum memiliki kemampuan dalam menyusun konten promosi yang menarik maupun memanfaatkan media sosial secara optimal sebagai media pemasaran.

Selain tantangan dalam aspek promosi, perkembangan sistem pembayaran digital juga menjadi perhatian penting bagi pelaku UMKM. Transformasi menuju ekonomi digital mendorong masyarakat untuk semakin terbiasa melakukan transaksi secara non-tunai. Salah satu sistem pembayaran yang saat ini banyak digunakan adalah Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) yang dikembangkan oleh Bank Indonesia sebagai standar nasional pembayaran berbasis kode QR. Penggunaan QRIS memberikan berbagai manfaat, antara lain mempermudah transaksi, meningkatkan keamanan pembayaran, mempercepat proses pelayanan, serta membantu pelaku usaha dalam melakukan pencatatan transaksi secara lebih sistematis. Akan tetapi, sebagian pelaku UMKM masih belum memahami manfaat maupun tata cara penggunaan QRIS sehingga implementasinya masih relatif rendah.

Desa Darmasaba, Kecamatan Abiansemal, Kabupaten Badung memiliki potensi UMKM yang cukup beragam, mulai dari usaha kuliner, kedai kopi, bakery, hingga usaha perdagangan lainnya. Potensi tersebut menjadi modal penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi desa. Meskipun demikian, hasil observasi awal yang dilakukan oleh mahasiswa

Kuliah Kerja Nyata (KKN) menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM masih menghadapi kendala dalam memasarkan produknya secara digital. Promosi masih dilakukan secara konvensional melalui pelanggan tetap maupun rekomendasi dari mulut ke mulut sehingga jangkauan pemasaran menjadi terbatas. Di sisi lain, penggunaan sistem pembayaran digital berbasis QRIS juga belum dimanfaatkan secara maksimal sehingga pilihan metode pembayaran bagi konsumen masih terbatas.

UMKM di Desa Darmasaba memiliki peran krusial sebagai penggerak ekonomi lokal, namun saat ini masih menghadapi tantangan signifikan terkait keterbatasan akses pasar dan minimnya pemanfaatan teknologi digital dalam operasional usaha (Aulia et al., 2025). Ketergantungan pada pola pemasaran konvensional serta rendahnya literasi digital menjadi hambatan utama yang membatasi daya saing pelaku usaha dalam menjangkau segmen pasar yang lebih luas (Nuraeni et al., 2025), (Meiliyadi et al., 2026). Selain itu, kesenjangan dalam sistem pembayaran elektronik, di mana pelaku usaha belum mengadopsi QRIS secara optimal, menyebabkan ketidakefisienan dalam manajemen transaksi dibandingkan dengan standar ekonomi digital modern (Rozikin et al., 2026). Oleh karena itu, pendampingan ini bertujuan untuk mengedukasi pelaku UMKM mengenai urgensi digitalisasi pemasaran dan integrasi sistem pembayaran elektronik guna meningkatkan efisiensi, inklusi keuangan, serta daya saing usaha secara berkelanjutan (Asofa & Sholihah, 2024; Lestari et al., 2025). Program ini dirancang untuk menjembatani kesenjangan tersebut melalui pelatihan terstruktur mengenai teknik pemasaran berbasis media sosial dan asistensi teknis dalam implementasi sistem pembayaran non-tunai (Bimantara et al., 2026; Hafiz et al., 2024). Melalui pendekatan pendampingan partisipatif, program ini diarahkan untuk membekali pelaku usaha dengan keterampilan praktis yang relevan dalam menyusun konten kreatif dan mengelola transaksi digital secara mandiri (Awaludin et al., 2025; Fuadi & Riyanto, 2026). Implementasi strategi ini diharapkan mampu memodernisasi tata kelola usaha pelaku UMKM, sekaligus menstimulasi pertumbuhan ekonomi desa melalui perluasan jangkauan pasar yang lebih kompetitif dan adaptif terhadap perkembangan teknologi (Alfajri et al., 2026; Listiani et al., 2025). Melalui kolaborasi antara akademisi dan pelaku usaha ini, diharapkan tercipta ekosistem ekonomi pedesaan yang lebih tangguh, inklusif, dan mampu merespons dinamika pasar global secara berkelanjutan (Siswoyo et al., 2025). Pelatihan ini berfokus pada peningkatan pemahaman praktis UMKM mengenai pemanfaatan teknologi digital untuk memperluas jangkauan pasar serta mengoptimalkan efisiensi transaksi (Kamil et al., 2022; Praharjo et al., 2025).

Berdasarkan kondisi tersebut, mahasiswa KKN melaksanakan Program Pendampingan Promosi Produk UMKM dalam Mendukung Pengembangan Ekonomi Desa Darmasaba. Program ini dirancang sebagai bentuk pengabdian kepada masyarakat melalui pemberian pendampingan promosi digital serta pelatihan penggunaan QRIS kepada pelaku UMKM. Pendampingan dilakukan dengan membantu pembuatan dokumentasi produk berupa foto dan video, penyusunan materi promosi, serta publikasi melalui media sosial. Selain itu, mahasiswa juga memberikan pelatihan mengenai penggunaan QRIS mulai dari manfaat, prosedur registrasi, hingga praktik penggunaannya dalam transaksi sehari-hari.

Program ini diharapkan mampu meningkatkan kapasitas pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung pemasaran produk dan sistem pembayaran. Dengan meningkatnya kemampuan promosi digital dan penggunaan QRIS, diharapkan UMKM di Desa Darmasaba mampu meningkatkan daya saing usaha, memperluas pangsa pasar, meningkatkan kualitas pelayanan kepada konsumen, serta mendukung pertumbuhan ekonomi desa secara berkelanjutan. Kegiatan ini juga sejalan dengan pencapaian Sustainable Development Goals (SDGs) poin 8 (Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi) dan SDGs poin 9 (Industri, Inovasi, dan Infrastruktur).

METODE PELAKSANAAN

Metode pengabdian ini menggunakan pendekatan partisipatif yang melibatkan tahap observasi door-to-door untuk memetakan karakteristik serta tantangan spesifik yang dihadapi pelaku UMKM di Desa Darmasaba (Tanaya et al., 2025). Proses ini dilanjutkan dengan pendampingan intensif dalam pembuatan identitas visual dan konten pemasaran kreatif guna memperkuat daya saing produk di media sosial (Herlian et al., 2026). Selain itu, rangkaian kegiatan mencakup pelatihan teknis mengenai penggunaan QRIS sebagai solusi pembayaran non-tunai guna mendukung efisiensi operasional dan keamanan transaksi bagi para pelaku usaha (Munawaroh et al., 2025). Seluruh rangkaian tahapan tersebut diintegrasikan dengan evaluasi berkelanjutan untuk memetakan dampak signifikan terhadap efisiensi operasional dan peningkatan jangkauan pasar peserta (Pramono et al., 2025), (Adawia et al., 2025). Tahapan observasi dilakukan untuk mengidentifikasi profil usaha serta hambatan spesifik yang menghambat ekspansi bisnis, guna memastikan intervensi pelatihan sesuai dengan kebutuhan lapangan (Andriyaningsih et al., 2025). Selanjutnya, tim pendamping memfasilitasi pembuatan materi promosi digital dengan mengoptimalkan elemen visual serta narasi produk yang menarik untuk meningkatkan keterlibatan calon konsumen di platform media sosial (Maharani et al., 2021), (Syafarani et al., 2026). Selain itu, pelatihan teknis difokuskan pada prosedur aktivasi dan operasionalisasi QRIS untuk mendukung efisiensi transaksi non-tunai yang aman serta tepercaya bagi pelanggan (Abror et al., 2025; Rahayu et al., 2025).

Pelaksanaan program pengabdian dilaksanakan menggunakan pendekatan partisipatif, yaitu melibatkan secara aktif mahasiswa KKN, pelaku UMKM, dan Pemerintah Desa Darmasaba dalam setiap tahapan kegiatan. Pendekatan ini dipilih agar program yang dilaksanakan sesuai dengan kebutuhan masyarakat serta mampu memberikan manfaat yang berkelanjutan.

Tahap pertama adalah identifikasi kebutuhan melalui observasi lapangan. Mahasiswa melakukan kunjungan langsung ke beberapa UMKM yang menjadi sasaran program, yaitu Warung Bu Eka, Dama Coffee, Warung Aris, dan WBC Coffee Bakery. Pada tahap ini dilakukan pendataan mengenai profil usaha, jenis produk, jam operasional, karakteristik konsumen, media promosi yang telah dimiliki, serta metode pembayaran yang digunakan. Hasil observasi kemudian dianalisis untuk mengetahui kebutuhan utama setiap UMKM sehingga program pendampingan dapat disesuaikan dengan kondisi di lapangan.

Tahap kedua adalah perencanaan kegiatan. Berdasarkan hasil identifikasi, mahasiswa menyusun strategi pendampingan yang meliputi penyusunan jadwal kegiatan, pembagian tugas anggota KKN, penyusunan materi promosi digital, serta penyusunan materi pelatihan QRIS. Koordinasi juga dilakukan bersama pemerintah desa dan pelaku UMKM agar pelaksanaan program dapat berjalan dengan baik.

Tahap ketiga berupa pendampingan promosi digital. Mahasiswa membantu pelaku UMKM dalam melakukan dokumentasi produk menggunakan teknik fotografi sederhana sehingga menghasilkan foto dan video yang lebih menarik. Selanjutnya dilakukan penyuntingan konten, penyusunan deskripsi produk, penambahan informasi kontak usaha, serta publikasi melalui media sosial. Pelaku UMKM juga diberikan edukasi mengenai pentingnya konsistensi dalam mengunggah konten, penggunaan hashtag, serta pemanfaatan fitur media sosial untuk meningkatkan interaksi dengan pelanggan.

Tahap keempat adalah pelatihan penggunaan QRIS. Materi pelatihan meliputi pengenalan konsep transaksi digital, manfaat penggunaan QRIS bagi pelaku usaha, prosedur pendaftaran melalui Penyedia Jasa Pembayaran (PJP), cara menerima pembayaran menggunakan QRIS, hingga pencatatan transaksi digital. Pelatihan dilaksanakan secara interaktif melalui penyampaian materi, demonstrasi, sesi tanya jawab, dan praktik langsung sehingga peserta dapat memahami setiap tahapan penggunaan QRIS.

Tahap terakhir adalah evaluasi program. Evaluasi dilakukan melalui diskusi bersama pelaku UMKM mengenai manfaat kegiatan, perubahan yang dirasakan setelah pendampingan, hambatan yang dihadapi, serta rencana pengembangan usaha ke depan. Evaluasi ini menjadi dasar dalam menyusun rekomendasi keberlanjutan program.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program pengabdian masyarakat dilaksanakan selama kegiatan KKN berlangsung di Desa Darmasaba. Seluruh rangkaian kegiatan berjalan sesuai dengan jadwal yang telah disusun melalui koordinasi antara mahasiswa KKN, Pemerintah Desa Darmasaba, dan pelaku UMKM.

No	Tanggal	Waktu	Keterangan
1.	Jumat, 24 Juli 2026	14.00 – 14.30 WITA	Kegiatan diawali dengan pendataan UMKM untuk memperoleh informasi mengenai jam operasional, jenis usaha, serta produk yang dihasilkan.
2.	Sabtu, 25 Juli 2026	13.00 – 18.30 WITA	Kegiatan dilanjutkan dengan observasi terhadap pelaku UMKM yaitu, Warung Bu Eka dan Dama Coffee, serta pendampingan promosi produk melalui dokumentasi dan penyebarluasan informasi sebagai upaya memperluas jangkauan pemasaran.
3.	Rabu, 29 Juli 2026	14.00 – 16.30	Kegiatan dilakukan melalui observasi terhadap pelaku UMKM, yaitu Warung Aris dan WBC Coffee Bakery, serta pendampingan dalam promosi produk melalui kegiatan dokumentasi dan penyebarluasan informasi. Upaya tersebut bertujuan untuk meningkatkan visibilitas produk dan memperluas jangkauan pemasaran sehingga dapat mendukung perkembangan usaha kedua UMKM tersebut.

Kegiatan diawali dengan observasi dan pendataan terhadap empat UMKM, yaitu Warung Bu Eka, Dama Coffee, Warung Aris, dan WBC Coffee Bakery. Observasi dilakukan untuk mengetahui kondisi usaha secara menyeluruh, mulai dari jenis produk, karakteristik pelanggan, media promosi yang digunakan, hingga sistem pembayaran yang diterapkan. Berdasarkan hasil observasi diketahui bahwa seluruh UMKM telah memiliki produk dengan kualitas yang baik, namun promosi digital masih dilakukan secara sederhana dan belum memiliki strategi pemasaran yang terencana. Selain itu, sebagian besar pelaku usaha belum memanfaatkan QRIS sebagai metode pembayaran utama.

Setelah observasi, mahasiswa melaksanakan pendampingan dalam penyusunan materi promosi digital. Kegiatan meliputi pengambilan foto produk dengan memperhatikan pencahayaan, komposisi, dan sudut pengambilan gambar agar menghasilkan tampilan yang menarik. Selain foto, mahasiswa juga membuat video singkat yang menampilkan proses penyajian produk, suasana tempat usaha, dan keunggulan produk. Seluruh dokumentasi kemudian diedit menjadi konten promosi yang siap dipublikasikan melalui media sosial.

Mahasiswa juga membantu menyusun caption promosi yang komunikatif, mencantumkan informasi mengenai lokasi usaha, jam operasional, nomor kontak, serta penggunaan hashtag yang relevan agar jangkauan promosi menjadi lebih luas. Pendampingan ini memberikan wawasan baru kepada pelaku UMKM mengenai pentingnya visual produk dalam menarik minat konsumen.

Kegiatan berikutnya adalah pelatihan penggunaan QRIS yang dilaksanakan secara langsung di lokasi UMKM. Pelatihan dimulai dengan penjelasan mengenai perkembangan

transaksi digital di Indonesia, manfaat QRIS dalam meningkatkan efisiensi transaksi, serta pentingnya adaptasi teknologi bagi UMKM agar mampu bersaing di era digital. Selanjutnya mahasiswa mendemonstrasikan alur penggunaan QRIS mulai dari proses registrasi, pencetakan kode QR, hingga simulasi transaksi menggunakan telepon seluler.

Dalam sesi praktik, pelaku UMKM diberi kesempatan untuk mencoba melakukan simulasi pembayaran menggunakan QRIS sehingga mereka dapat memahami proses transaksi secara langsung. Peserta pelatihan juga diberikan kesempatan untuk berdiskusi mengenai kendala yang mungkin dihadapi dalam penerapan pembayaran digital, seperti jaringan internet, biaya administrasi, maupun edukasi kepada pelanggan.

Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman pelaku UMKM mengenai pentingnya promosi digital dan pembayaran non-tunai. Pelaku usaha menyampaikan bahwa materi yang diberikan sangat relevan dengan kebutuhan mereka, terutama dalam menghadapi perubahan perilaku konsumen yang semakin mengutamakan transaksi digital. Selain itu, konten promosi yang telah dibuat dapat langsung dimanfaatkan sebagai media pemasaran sehingga memberikan nilai tambah bagi usaha mereka.

Program ini juga memberikan manfaat bagi mahasiswa KKN karena menjadi sarana penerapan ilmu pengetahuan dan pengembangan kemampuan komunikasi, pendampingan masyarakat, serta kerja sama lintas sektor. Kolaborasi antara mahasiswa, pemerintah desa, dan pelaku UMKM menjadi faktor penting yang mendukung keberhasilan pelaksanaan program.

Pelaksanaan pendampingan promosi berhasil memfasilitasi pembuatan katalog digital dan akun media sosial bagi pelaku UMKM, yang dilengkapi dengan materi promosi visual yang lebih profesional untuk menonjolkan identitas produk (Nugraha et al., 2026). Proses ini mencakup pendampingan intensif dalam mengelola fitur analitik media sosial, yang terbukti meningkatkan kemampuan pelaku usaha dalam membaca perilaku konsumen serta menyusun konten pemasaran yang lebih tepat sasaran (Rahmawati et al., 2025). Selanjutnya, pelatihan implementasi QRIS disambut dengan antusiasme tinggi, di mana mayoritas pelaku UMKM menunjukkan peningkatan literasi terhadap metode pembayaran digital dan menyatakan komitmennya untuk segera menerapkan sistem tersebut dalam transaksi sehari-hari (Intan et al., 2025), (Safitri et al., 2024). Untuk memperkuat hasil pendampingan, seluruh produk UMKM kini didukung dengan dokumentasi materi promosi berupa pamflet digital dan katalog kreatif yang siap diunggah ke berbagai platform daring (Ariella et al., 2025; Nurhayati, 2025). Penyediaan materi ini secara langsung membantu UMKM dalam menciptakan ketertarikan konsumen serta membangun kredibilitas merek melalui narasi yang konsisten (Aisyah & Rachmadi, 2022).

Optimasi media sosial secara signifikan memperluas visibilitas produk dengan meningkatkan interaksi pelanggan dan pertumbuhan basis pengikut secara organik (Laras et al., 2024). Penerapan QRIS memberikan kontribusi langsung terhadap efisiensi operasional dengan menyederhanakan proses pembayaran yang lebih praktis, aman, dan transparan bagi pelanggan (Sjioen et al., 2025). Integrasi teknologi ini tidak hanya memitigasi risiko manajemen kas, tetapi juga menjadi instrumen strategis dalam mendukung inklusi keuangan serta penguatan ekonomi desa yang selaras dengan tujuan pembangunan berkelanjutan (Damanda et al., 2025).



Gambar 1. Pelaksanaan Kegiatan PKM

SIMPULAN

Program pendampingan ini berhasil meningkatkan literasi digital pelaku UMKM di Desa Darmasaba, yang tecermin dari adopsi media sosial untuk pemasaran produk serta implementasi QRIS untuk transaksi nontunai yang efisien (Awaluddin et al., 2025; Irwanti, 2026). Keberhasilan ini diharapkan mampu memicu transformasi ekonomi lokal menuju cashless society yang lebih tangguh dan berdaya saing tinggi (Yuliati & Handayani, 2021). Untuk memastikan keberlanjutan dampak program, disarankan agar pendampingan lanjutan difokuskan pada manajemen penjualan daring yang lebih mendalam dan penggunaan marketplace, serta monitoring berkala guna menjaga konsistensi praktik digital yang telah dilatihkan (Budiyono & Ernawati, 2025; Hamdiah et al., 2025). Selain itu, perlu dibentuk kelompok pendampingan sebaya yang memungkinkan para pelaku usaha saling berbagi praktik terbaik dalam pengelolaan konten serta pemecahan kendala teknis operasional QRIS (Alamin et al., 2022; Darmanto et al., 2025).

Program Pendampingan Promosi Produk UMKM dalam Mendukung Pengembangan Ekonomi Desa Darmasaba telah terlaksana dengan baik melalui rangkaian kegiatan observasi, pendampingan promosi digital, pembuatan dokumentasi produk, publikasi melalui media sosial, serta pelatihan penggunaan QRIS. Kegiatan ini mampu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana promosi dan transaksi usaha. Kehadiran mahasiswa KKN tidak hanya membantu memperkenalkan produk kepada masyarakat yang lebih luas, tetapi juga mendorong pelaku usaha untuk mulai beradaptasi dengan sistem pembayaran digital yang lebih praktis, aman, dan efisien.

Pelaksanaan program menunjukkan bahwa pendampingan yang dilakukan secara langsung memberikan dampak positif terhadap kesiapan pelaku UMKM dalam melakukan transformasi digital. Melalui promosi yang lebih menarik dan penggunaan QRIS, UMKM diharapkan mampu meningkatkan daya saing, memperluas pangsa pasar, meningkatkan kualitas pelayanan, serta memperkuat keberlanjutan usahanya.

Untuk keberlanjutan program, disarankan agar Pemerintah Desa Darmasaba bekerja sama dengan perguruan tinggi, perbankan, maupun instansi terkait untuk menyelenggarakan pelatihan lanjutan mengenai digital marketing, pengelolaan media sosial, fotografi produk, pencatatan keuangan digital, dan optimalisasi penggunaan QRIS. Pelaku UMKM juga diharapkan secara konsisten mengembangkan konten promosi, melakukan evaluasi terhadap efektivitas pemasaran digital, serta memanfaatkan berbagai platform digital lainnya seperti marketplace dan layanan pemesanan daring. Dengan demikian, transformasi digital UMKM dapat berlangsung secara berkelanjutan dan memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap peningkatan ekonomi masyarakat Desa Darmasaba.

DAFTAR PUSTAKA

- Abror, Z. F., Adiyono, S., Romadhon, Z., & Arifin, M. (2025). Pelatihan Pemanfaatan Media Digital Pada Pemasaran Umkm Masyarakat Desa Gulang. *JPSITECH Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Sistem Informasi dan Teknologi*, 1(2), 66–71. <https://doi.org/10.24176/jpsitech.v2i1.14393>
- Adawia, P. R., Ramadhani, A., Ridwan, M., Solihin, A., & Zahra, Z. (2025). OPTIMALISASI DAN PENDAMPINGAN PENGGUNAAN TRANSAKSI DAN PEMBAYARAN DIGITAL PADA UMKM DI DESA KARYAMEKAR, GARUT, JAWA BARAT. *JURNAL ABDIMAS PLJ*, 5(2), 137–146. <https://doi.org/10.34127/japlj.v5i2.1919>

- Aisyah, S., & Rachmadi, K. R. (2022). DIGITALISASI PEMASARAN MELALUI SOSIAL MEDIA MARKETING PADA PELAKU UMKM GUNA PENINGKATAN PENDAPATAN. *Reswara Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 442–448. <https://doi.org/10.46576/rjpkkm.v3i2.1866>
- Alamin, Z., Lukman, L., Missouri, R., Annafi, N., Sutriawan, S., & Khairunnas, K. (2022). PENGUATAN DAYA SAING UMKM MELALUI PELATIHAN KETERAMPILAN TEKNOLOGI DI ERA SOCIETY 5.0. *Taroa Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 112–126. <https://doi.org/10.52266/taroa.v1i2.1235>
- Alfajri, M., Fahmi, A., & Putra, A. (2026). DIGITALISASI UMKM DESA LANGKAI : STRATEGI PENGUATAN EKONOMI LOKAL DI ERA DIGITAL. *Jurnal Abdimas UM Jambi*, 3(1), 43–50. <https://doi.org/10.53978/jaum.v3i1.657>
- Andriyaningsih, A., Sumarwan, E., Medianto, M., Widyaningsih, P., & Angelitha, T. (2025). Digitalisasi Marketing untuk Meningkatkan Daya Saing dan Pemasaran UMKM di Desa Pejambon Pesawaran. *Jurnal Pengabdian dan Pengembangan Inovasi kepada Masyarakat (PENAMAS)*, 3(1), 39–48. <https://doi.org/10.60046/penamas.v3i1.163>
- Ariella, E. L., Fitriyanto, N. I., Nurhanisa, N. D., Saputra, Y. R., & Afifi, Z. (2025). Produk Unggulan UMKM Desa Ternadi melalui Strategi Pemasaran Berbasis Digital dan Cetak. *Jurnal IPMAS*, 5(2), 138–150. <https://doi.org/10.54065/ipmas.5.2.2025.958>
- Asofa, E. D., & Sholihah, D. D. (2024). Implementasi QRIS (QR Code Indonesian Standard) sebagai Media Pembayaran Elektronik bagi UMKM di Kelurahan Gunung Anyar Tambak. *Journal of Human and Education (JAHE)*, 4(1), 42–48. <https://doi.org/10.31004/jh.v4i1.511>
- Aulia, H. H., Aulia, R. F., Riswanti, R., Ahmad, R. F., Asyifa, R., & Devy, R. (2025). Transformasi Ekonomi Digital Desa Melalui Pendampingan UMKM dan Affiliate Marketing. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Progresif Humanis Brainstorming*, 8(4), 930–938. <https://doi.org/10.30591/japhb.v8i4.9728>
- Awaluddin, S. P., Awaluddin, M., Suci, Y. R., Asriani, & Fahmi, M. Z. (2025). Peningkatan Literasi Digital Pemanfaatan Qris pada Pelaku UMKM di Desa Pesisir Pantai. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(1), 4486–4493. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.1903>
- Awaludin, D. T., Rahmiyati, N., Khairunnisa, K., Ratnawati, & Launtu, A. (2025). Program Pendampingan Pemasaran Digital UMKM dengan Fokus pada Pemanfaatan Media Sosial dan Platform E-Commerce. *CivicAction Jurnal Pengabdian Dan Inovasi Masyarakat*, 1(3), 110–115. <https://doi.org/10.59696/civicaction.v1i3.217>
- Bimantara, G., Labibah, H. A., & Tina, N. A. (2026). Peran Sosialisasi Digitalisasi dalam Mendorong Adaptasi UMKM terhadap Perubahan Ekonomi di Desa Prangi Kecamatan Padangan Kabupaten Bojonegoro. *Darma Diksani Jurnal Pengabdian Ilmu Pendidikan Sosial Dan Humaniora*, 6(1), 134–142. <https://doi.org/10.29303/darmadiksani.v6i1.9395>
- Budiyono, R., & Ernawati, F. Y. (2025). Pelatihan Penggunaan QRIS dan Pencatatan Keuangan Digital bagi Pelaku UMKM Pasca Pandemi di Desa Boja. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, 3(4), 3603–3607. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v3i4.1114>
- Damanda, S., Citalada, M. B. D. A., Rafly, M., Choirunnisa, S., & Wahyuni, R. (2025). Pemberdayaan Pelaku UMKM melalui Workshop Pemanfaatan Media Sosial, QRIS, dan E-Commerce di Kelurahan Tambaksari Kota Surabaya. *Bima Abdi Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(3), 680–689. <https://doi.org/10.53299/bajpm.v5i3.2414>
- Darmanto, D., Wahyudi, E., Ruhibnur, R., Pradasari, N. I., & Muhammad, A.-R. (2025). Penguatan Kapasitas Promosi UMKM melalui Pelatihan Media Digital Berbasis Aplikasi Canva. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Progresif Humanis Brainstorming*, 8(4), 754–763. <https://doi.org/10.30591/japhb.v8i4.9246>
- Fuadi, F., & Riyanto, I. (2026). Digitalisasi Pemasaran UMKM Produk Lokal Melalui

- Optimalisasi Media Sosial di Desa Sasahan. *NuCSJo Nusantara Community Service Journal*, 2(2), 218–223. <https://doi.org/10.70437/nucsjo.v2i2.311>
- Hafiz, H., Wiguna, P. P. K., & Asral, A. (2024). Pemberdayaan UMKM Desa Telajung Melalui Pelatihan Digital Marketing dan Implementasi QRIS. *Lentera Pengabdian*, 2(3), 231–237. <https://doi.org/10.59422/lp.v2i03.483>
- Hamdiah, H., Sukmawati, A., Pasaribu, T. T., Adila, A. P., & Kurniawan, N. S. H. (2025). Pendampingan Usaha Pemula untuk Peningkatan Kualitas Produk dan Promosi Digital di Desa Ladang Panjang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(1), 6294–6297. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.2826>
- Herlian, J. N., Winata, A., Ramadhana, F., Barek, O. S., Sijaba, A., Fahreza, A., Aulia, S. N., Wati, R. M., Safira, R., Fa-izah, N., & Prastowo, A. Y. (2026). Optimalisasi Digital Marketing bagi UMKM Pesisir di Kelurahan Kawal. *Jurnal Igakerta*, 3(1), 9–17. <https://doi.org/10.70234/7pwmv274>
- Intan, A. J. M., Pury, R. I. M. R., Devi, G. K., Atmojo, H., Sutardi, H., & Setiawan, E. (2025). PELATIHAN PEMANFAATAN PANGAN LOKAL NON BERAS NON TERIGU. *JURNAL PENGABDIAN MANDIRI*, 4(1), 137–146. <https://doi.org/10.53625/jpm.v4i1.9594>
- Irwanti, I. (2026). Sosialisasi Dan Edukasi Sistem Pembayaran Digital Qris Bagi UMKM Desa Untuk Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Lokal. *JPNM Jurnal Pustaka Nusantara Multidisiplin*, 4(1). <https://doi.org/10.59945/jpnm.v4i1.932>
- Kamil, I., Bakri, A. A., Salingkat, S., Ardenny, A., Tahirs, J. P., & Alfiana, A. (2022). Pendampingan UMKM melalui Pemanfaatan Digital Marketing pada Platform E-Commerce. *Amalee Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 3(2), 517–526. <https://doi.org/10.37680/amalee.v3i2.2782>
- Laras, H., Pangestu, M. G., Fadhillah, Y., & Syaputra, A. S. (2024). Pengembangan Kewirausahaan Dan Manajemen Bisnis Melalui Digital Marketing (Pembayaran Digital Q-Ris) Bagi UMKM Kopi Rakyat Skena. *Jurnal Inovasi Teknologi dan Dharma Bagi Masyarakat*, 6(3), 62–66. <https://doi.org/10.22437/jitdm.v6i3.41625>
- Lestari, E. J., Mutoharoh, D. N., Candrawati, I., Faizah, M. N., Arrazaqy, M. I. N., Syamsuri, S., Nurmalasari, D., Nadia, S., Ramadani, F., Mawadah, I. H., Darma, S. T., & Rizal, S. (2025). Digitalisasi UMKM sebagai Upaya Peningkatan Pemasaran Online di Desa Taman Pemalang. *Bangun Desa*, 4(2), 92–92. [https://doi.org/10.21927/jbd.2025.4\(2\).92-98](https://doi.org/10.21927/jbd.2025.4(2).92-98)
- Listiani, N., Pariyono, P., Amin, Moh., & Syamsudin, A. (2025). OPTIMALISASI UMKM MELALUI PELATIHAN KEUANGAN DAN DIGITALISASI. *ABIDUMASY Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 210–216. <https://doi.org/10.33752/abidumasy.v6i2.10523>
- Maharani, B., Fendisty, A. L., Masjidin, U. L., Ardiyan, D., Rizky, N. D., & Hidayah, N. (2021). Pelatihan Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Keterampilan Pelaku UMKM di Desa Srumbung Magelang. *PengabdianMu Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(4), 434–440. <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v6i4.1926>
- Meiliyadi, L. A. D., Jannah, N. R., Suciani, E. I., Kadini, W., Nadhifa, S., Rolianti, D., Hafizaturrahmah, Wardani, I. W., Hisan, B. Y. K., Ilahi, K., & Yananda, Y. (2026). Sosialisasi Strategi Marketing UMKM di Era Digital Sebagai Upaya Meningkatkan Kapasitas Pemasaran Pelaku Usaha di Kecamatan Jonggat Kabupaten Lombok Tengah. *AL-HAYAT Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 1–11. <https://doi.org/10.62588/ahjpm.2026.v4i1.260>
- Munawaroh, T., Hamid, A. M., & Fadilah, I. (2025). Pelatihan Penggunaan Dompot Digital dan Sistem Pembayaran Non-Tunai untuk Mendukung E-Commerce Lokal di Desa Centini. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Ekonomi Dan Sosial Humaniora.*, 3(2),

- 61–67. <https://doi.org/10.31941/dimaseka.v3i2.733>
- Nugraha, T. P., Lukman, F., Riduwan, Anwika, Y. M., & Mayratih, S. (2026). Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif di Wilayah Perdesaan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(4), 22025–22216. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i4.5794>
- Nuraeni, E., Sunaryo, A., Hastuti, P. M. D., & Sholeh, R. (2025). Pelatihan Strategi Digital Marketing untuk Meningkatkan Penjualan UMKM di Desa Mojorejo. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 82–91. <https://doi.org/10.61231/jp2m.v3i2.350>
- Nurhayati, N. (2025). Digital Transformation and Legal Empowerment of Village MSMEs: Kuningan Regency Case Study. *Empowerment Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 8(2), 132–139. <https://doi.org/10.25134/empowerment.v8i02.11885>
- Praharjo, A., Mohyi, A., & Jatmiko, R. D. (2025). Pendampingan Digital Marketing dan Desain Kemasan Pengrajin Tempe di Desa Dau Jetis Kabupaten Malang. *JPkM Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 1(2), 72–77. <https://doi.org/10.70214/9xy0cq29>
- Pramono, N. H., Wulandari, P., & Surahman, H. (2025). Strategi E-Business Berkelanjutan: Pendampingan UMKM Desa Cibadung dalam Mengembangkan Model Bisnis Digital. *Jurnal Abdi Negeri*, 3(2), 41–46. <https://doi.org/10.63350/jan.v3i2.21>
- Rahayu, B. H., Nurhayati, C., & Rahayu, A. M. (2025). Pemberdayaan UMKM Desa Depok Kabupaten Purwakarta Melalui Digitalisasi Pelayanan Publik dan Pemasaran Digital. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 3(10), 5869–5875. <https://doi.org/10.59837/jpmmba.v3i10.3651>
- Rahmawati, N., Kurniawan, E., Sari, N. P., Monica, I., Afriyani, F., & Syafitri, L. (2025). Peningkatan Kesejahteraan UMKM Kemplang Tunu melalui Edukasi Digital Marketing pada Desa Pulau Harapan Kecamatan Sembawa. *Bima Abdi Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(4), 1376–1386. <https://doi.org/10.53299/bajpm.v5i4.2769>
- Rozikin, M., Nurvitasari, A., Cahyaningsih, R., Rahma, A. R., Azzahra, D. S., Krishnaprabhacitta, L., Khaerani, A. Z., Putra, A. I. M., Arifianti, N., & Saputro, R. A. (2026). Digitalisasi UMKM melalui Implementasi QRIS: Program Pengabdian Masyarakat di Desa Gulon. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 3(12), 7245–7250. <https://doi.org/10.59837/jpmmba.v3i12.4055>
- Safitri, C., Astuti, S., & S., O. F. (2024). Pelatihan Digital Of Thing (DIBOT) Dalam Mengoptimalkan Kinerja UMKM: Analisis Penerapan Teknologi Digital Untuk Meningkatkan Daya Saing. *Jurnal Abdimas Indonesia*, 4(1), 76–86. <https://doi.org/10.53769/jai.v4i1.610>
- Siswoyo, B. H., Maysarah, A., Nasution, S., Junaidi, L. D., Wahyuni, D. S., Afriani, D. T., Asrindah, A., Siregar, L. H., & Antoro, B. (2025). Penguatan Kapasitas UMKM Desa Telagah melalui Transformasi Digital Menuju Masyarakat Mandiri dan Berdaya Saing. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bhinneka*, 3(4), 793–797. <https://doi.org/10.58266/jpmmb.v3i4.264>
- Sjioen, A. E., Sulistyaningsih, E., Arwin, Nuralam, & Jemadi. (2025). Optimalisasi Media Sosial dan Marketplace Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Lokal. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(2), 9046–9055. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i2.3324>
- Syafrani, A. A., Anggraini, T., Lestari, F., & Jauhari, E. F. (2026). Edukasi dan Pelatihan Pemasaran Digital untuk Optimalisasi Hasil Penjualan Produk UMKM di Desa Bekiung. *Journal of Innovation and Sustainable Empowerment*, 5(1), 1–7. <https://doi.org/10.25134/jise.v5i1.184>
- Tanaya, J., Saepudin, D., Jumiati, E., Syafarullah, R., Mulyana, M. R., & Hidayat, R. T. (2025). Meningkatkan Daya Saing UMKM Desa Gandasoli: Pendekatan Door-To-Door dalam Penggunaan Pemasaran Digital dan Penyuluhan Legalisasi. *Jurnal Pengabdian*

Masyarakat Dan Riset Pendidikan, 4(1), 6285–6293. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.2827>

Yuliati, T., & Handayani, T. (2021). PENDAMPINGAN PENGGUNAAN APLIKASI DIGITAL QRIS SEBAGAI ALAT PEMBAYARAN PADA UMKM. *Community Development Journal Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 811–816. <https://doi.org/10.31004/cdj.v2i3.2612>